

证券代码：002315

证券简称：焦点科技

焦点科技股份有限公司投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名(排名不分前后)	天风证券 来舒楠；平安养老 朱丽丽；东方红 满臻；银河证券 顾熹闽。
时间	2025年3月5日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	迟梦洁（董事会秘书）、赵国勇（证券事务代表）
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司的主营业务及 2024 年年度经营情况介绍</p> <p>2024 年，公司营业收入 16.61 亿元，与去年同期相比增加了 9.31%；归母净利润 4.51 亿元，与去年同期相比增加了 19.09%，该净利润中已计提了 2,141.14 万元业绩激励基金。2024 年扣非后归母净利润 4.38 亿元，与去年同期相比增加了 19.08%。</p> <p>中国制造网 (Made-in-China.com) 业务收入（包括外贸生态圈内的代理业务）占公司营业收入的 84.24%，2024 年其营收达到了 13.99 亿元，截至 2024 年末，中国制造网实现现金回款较去年同期增长超 10%，平台收费会员数为 27,415 位，较去年同期增加了 2,829 位。考虑到中国制造网主要通过预收平台服务费，再根据客户开通的服务逐月确认为收入这一特点，2024 年现金回款的增长正常在 2025 年营业收入中得到一定体现。</p> <p>2024 年中国制造网 (Made-in-China.com) 以“双线并进”战略为核心，</p>

实现平台服务能力与全球化布局的全面提升。在买家服务端，我们基于区域经济差异性制定精准拓展策略：巩固欧美成熟市场的同时，重点突破东南亚（流量+58.5%、商机+33%）、中东（流量+38%、商机+24%）、拉美（流量+32.8%、商机+32.80%）等新兴市场，印尼、泰国等头部国家流量均实现三位数增长。全年实现全站买家注册量 28%的同比增长。

中国制造网 2024 年通过优化服务流程、强化在线交易及推出认证服务 Plus，提升买家匹配效率。全年举办超 30 场全球专题活动，包括超级出海季、金秋采洽会及 6 场广交会云展会，吸引 1.5 万家供应商参与，打破时空限制实现高效对接；特展活动带领企业深入新加坡、中东等市场拓展商机。销售端实施组织架构优化与股权改革，强化销售团队建设，通过专家培训、精准线下营销及城市合伙人激励政策提升销售能力，同步加大分支机构投入，策划展销会等活动提升品牌影响力，通过双向赋能构建起更具竞争力的全球化贸易服务体系，为中外企业搭建起高效对接的数字化桥梁。

2. 外贸 AI 应用业务发展情况

公司敏锐洞察 AI 技术对组织发展及工作模式的变革性影响，持续推进 AI 战略布局。2023 年，公司率先推出平台场景下的外贸 AI 助手 AI 麦可，开启平台智能化实践；2024 年伴随行业智能化浪潮，成立 AI 事业部整合资源，重点突破 AI 技术创新与商业场景融合。通过双路径推进：对内将 AI 技术嵌入各部门日常运营，提升员工效能实现降本增效；对外聚焦供应商赋能，以“AI 麦可”为核心持续迭代，解决外贸企业运营痛点。针对“内转外”转型企业的迫切需求，AI 工具有效降低外贸门槛，现已实现多模态技术支持的发品、营销、客户接待全流程覆盖，完成从辅助工具到全链路执行主体的升级。截至 2024 年 12 月 31 日，购买 AI 麦可的会员累计超过 9000 位（不含试用体验包客户），2024 年当年度现金收入超过 4500 万元。

二、公司的 AI 麦可产品主要是面向买家端还是供应商端？迭代情况如何？主要包括哪些功能？

	<p>公司发布的 AI 麦可主要面向中国制造网供应商推出。2023 年 4 月，AI 麦可首次亮相，公司将 AI 技术综合应用于外贸 B2B 领域；随后产品持续迭代，同年 7 月，2.0 版本问世，进一步拓展应用范围，其功能覆盖了平台运营、内容生产、商机跟进等外贸工作领域全场景；2023 年 9 月，AI 麦可 3.0 以“数智化 AI 助手”的全新姿态面向用户，全面提升了外贸人的工作效率。2024 年 11 月，AI 麦可升级至 4.0 版本，实现从“AI 外贸助手”向全流程“AI 外贸能手”的跃升，能完成整个外贸工作流的自动规划与执行，并且能主动“学习”知识库，成为名副其实的外贸“AI 能手”。AI 麦可从设计之初就遵循从工作目标和价值倒推工作需求的逻辑，一切只为帮供应商在电子商务平台上实现生意的增长、人力成本的节省，从而让供应商切实感受到它的独特价值。</p> <p>现场对 AI 麦可的 AI 发品、AI 接待、询盘跟进、新客分析、社媒营销、行业情报、智能拓客等具体功能进行了演示，实际演示内容与中国制造网微信视频号中公开展示的 AI 麦可功能相关的视频相一致。</p> <p>三、中国制造网在海外买家规模及区域流量均实现了增长，请问具体是通过哪些运营手段实现的？</p> <p>自 2024 年 4 月起，中国制造网运营侧采取了一系列措施，以提升网站流量，提高买家粘性，具体包括：网站性能优化、优化自然搜索排名，拓展社交媒体矩阵运营，针对全球市场差异开发垂直化应用生态（包括新兴市场专属轻量化版本、重工机械专业版及小语种定制 APP 等），推出更多、更丰富的买家活动等。</p> <p>四、2024 年公司 AI 麦可的现金收入超过 4500 万元，但 AI 业务营业收入层面为 2447.97 万元，这一块的具体原因是什么？</p> <p>因为公司 AI 麦可采取预付费方式向供应商销售，确认营业收入时，按供应商实际使用的时长逐月确认为营业收入。</p>
日期	2025 年 3 月 5 日